

仙台長なす漬の人類学的研究

著者	勝又 理紗
雑誌名	東北人類学論壇
号	18
ページ	115-126
発行年	2019-03-31
URL	http://hdl.handle.net/10097/00126917

仙台長なす漬の人類学的研究

勝又理紗

1. はじめに

本研究では、仙台長なす漬という「伝統食品」を製造・販売する S 食品(仮名)という企業における参与観察とインタビューに基づいて、伝統がそれを受け継ぐ人にどのように影響しているのかについて考察する。現在みられる伝統は、近代化において創出されたものが多い(前川 2009: 560)。商売の手段の 1 つとして、伝統をうたうことで商品のイメージ付けが行われることもこの例である。しかし、作られた伝統が、逆にそれを受け継いでいる人、それを用いている人の意識や行動に与える影響は、どのようなものなのだろうか。

それを明らかにするために、2 つの課題を設定した。第 1 の課題は、業務内容と商品の製造工程に、伝統という要素はどのような影響をおよぼしているのかを明らかにすることである。第 2 の課題は、働いている人は伝統に対してどのような意識を持っているのかを明らかにすることである。

本研究は仙台長なす漬を扱う企業での参与観察と、従業員へのインタビュー及び仙台市生まれの仙台市民へのインタビューに基づいている。

筆者は、2017 年 10 月から 2018 年 11 月にかけて、およそ週 2 回の頻度でパートの従業員の仕事を手伝いながら、参与観察を行った。そのうち 2018 年 4 月から 2018 年 9 月は進学準備で調査を行っていなかったため除く。1 回当たりの滞在時間は 3 時間から 4 時間である。参与観察中は、手伝っていたパートが担っている出荷準備の作業と工場での作業の手伝いを行いながら商品の製造工程や従業員の様子を観察した。それに加え、就業時間後に経営に深く携わっている正社員に聞き取り調査を行い、歴史や新商品開発に関する事柄を質問した。

また、仙台長なすの歴史と仙台市民から見た仙台長なす漬を調査するため、仙台長なすに関する文献調査と仙台市で生まれ育った仙台市民へのインタビューを行った。

本稿では、店の名前を仮名で表記する。登場人物に関しても、本名を出すことはせず店での立場に対応した呼称とアルファベットを組み合わせで記述する。

(1) 仙台長なす漬

仙台長なすとは、一般的に小長ナスという種類に分類されるナスの一種で、小指ほどの長さと色の良さ、薄い皮と柔らかい肉質が特徴の仙台の伝統野菜である。(岡田食品工業株式会社 2014; 小川 2010: 97-98)。浅漬として食べると美味であり、その特徴から皮の歯ごたえと肉質の柔らかさが食べた時の触感の良さを産みだしている(小川 2010: 98)。仙台長なすを漬物にした「仙台長なす漬」は仙台の名産品の一つである(食材王国みやぎ 2012)。

1591 年に伊達藩が文禄の役の朝鮮出兵からの帰途で博多から持ち帰ったものを領内で栽培したのが始まりと言われており、江戸時代中期以降になると文献にも登場する(岡田食品工業株式会社 2014; 食材王国みやぎ 2012)。

筆者がフィールドワークを行っている S 食品では、仙台長なす漬がメインの商品である。仙台長なすは、一般的ななすより小さく、小指ほどの長さである。昔から漬物にして食べられていた。浅漬けとして食べるとよりおいしい。

仙台長なす漬に関するインタビューを行った仙台市民の N さんによると、N さんが子どもの頃には各家庭で長なす漬を作っていた。当時は仙台長なすを含む野菜を各家庭に売りに来る農家があり、そこから仙台長なすを買っていたようだ。今でも N さんの行きつけの居酒屋では夏に自家製の長なす漬を提供している。このように、仙台長なす漬は、懐かしい故郷の味として、仙台市民に親しまれている。N さんによると、浅漬こそが「本物の」仙台長なす漬である。

2. 漬物

(1) 定義

小泉は、「野菜、果実、キノコ、海藻類、魚介類、肉類などの材料を塩、醤油、味噌、麴、米糠、酒粕、酢、もろみ(諸味)、カラシ、みりん(味醂)などの漬床に漬け込み、風味を加味させるとともに、熟成させたり、保存性を持たせたりしたもの」(小泉 2018: 15)が漬物であると説明している。また、厚生労働省の漬物の衛生規範によ

ると、漬物とは「通常、副食物として、そのまま摂食される食品であって、野菜、果実、きのこ、海藻等(以下「野菜等」)を主原料として、塩、しょう油、みそ、かす(酒かす、みりんかす)、こうじ、酢、ぬか(米ぬか、ふすま等)、からし、もろみ、その他の材料に漬け込んだもの」(厚生労働省 2013)である。日本では、米に合う保存食として古くから生産されてきた。本論文では、「任意の材料を、塩などの漬床に漬けることで、風味が変化したり保存性が向上したりしたもの」と定義する。この定義は、引用した上記の定義に、野菜などの植物性の食べ物以外にも漬ける加工を施して食べられてきたものが多いことを踏まえたものである。古くから野菜のみならず肉や魚を漬けたものが存在しているが、これを漬物に区分するかどうかは特に定められていない(小泉 2017: 18-19)。しかし本論文の定義では、動物性の材料を漬けたものも漬物に含む。

日本は漬物の種類が多いため、漬物の分類方法も多様である。漬かり具合で分類すると、「新漬」と「古漬」に分けられる(前田 2014b: 6)。「新漬」は、破壊された細胞膜から入った塩が中の糖や有機アミノ酸、水などと混ざり生成されたスープと野菜の歯ごたえを楽しむもので、細胞膜破壊は3〜4割程度である(前田 2014b: 7)。一方「古漬」は、強い食塩で細胞膜を壊して塩分濃度20%で長期間塩蔵した後、必要に応じて流水で脱塩し、その水を圧搾して取り除いたところに調味液を染み込ませたもので、調味液などの味が風味の主体となる(前田 2014b: 7)。

(2) 日本における漬物の歴史

日本最古の漬物に関する記録は、8世紀の平安年間の木簡である(前田 2014b: 1)。しかし、塩と食糧があればできるため、それ以前から存在していたと考えられている(小川 2010: 12; 小泉 2018: 34)。その後、漬物は時代を経て糠漬の誕生などの変化を続けてきた。漬物屋の発生について明確な始まりは定かではないが、室町時代後期から江戸時代初期ごろにはすでに存在しており、京都や大阪では「香の物屋」と呼んでいた(小泉 2017: 42)。しかし、店を持たず市などの路上で漬物を販売していた記録は、南北朝時代から室町時代初期に書かれた『庭訓往来』にあるため、より古いと考えられる(小泉 2017: 42, 43)。江戸時代ごろになると、全国各地を代表するご当地漬物が登場した(小泉 2017: 44)。これが現在の日本の漬物の特徴である種類の多さにつながっている。

第2次世界大戦後になると、家庭で漬けるものであった漬物が、専門の工場の登場や流通の整備などにより購入するものになった(前田 2014a)。現在では、日本人の食塩欲求量の減少により、漬物にも低塩化の傾向がある(前田 2014b: 7)。主食である米に合う副菜として日本人に親しまれてきたが、近年の洋食化に伴う米の消費量に減少などから、1990年代をピークに漬物の消費量も減少している(食品需給研究センター 2017)。このような現状を背景に、漬物業界では漬ける資材の調理方法に変化を付けるといった新商品開発の努力が行われている(前田 2014c)。

3. S 食品

筆者がフィールドワークを行ったのは、S 食品である。S 食品は仙台市にある漬物メーカーで、仙台長なす漬を中心に扱っている。1946年の創業以来、家族経営を続けながら仙台の伝統食品である仙台長なす漬の他、キュウリの一本漬などの販売をしている。土産や贈答としての需要が大きいため、お中元やお歳暮、観光シーズンが繁忙期である。現在従業員は社員6名、パート2名で、定年は65歳である。

経営一家の社員から聞いた話と新聞の過去の取材記事をもとに、S 食品の歴史をまとめる。S 食品は、1946年に仙台市の中心部で漬物の商店として商売を始めた。当時は梅干しやガリといった全国的に製造されている漬物を作り販売していた。しかし、梅干し用に発注した梅やガリ用のショウガといった原材料の中に仙台長なすが混ざっていたことをきっかけに、仙台長なす漬を中心に商売を行い始めた。最初は、普通のナスと同じように漬けても色が茶色になってしまうなどの問題があったが、数品種あった長なすの中から色や味が漬物に適したものを見つけ、塩の量や粗さなどの調味材を工夫することで2年間かけ無着色のまま本来の色が残る漬け方を見つけた(篠 2008)。その後、法人登記し1957年に会社を設立した。1970年に現在の場所へ移転した。最初の大きな取引先は仙台市青葉区一番町に本店を構える百貨店の藤崎であった。ここでの販売を通してブランド価値が高まり、贈答品としての販路を獲得していった。その後、全国に店舗を構える百貨店である三越とも取引を開始し、地域産品として全国から注文が入るようになった。

移転して44年ほどたった2014年に、工場も兼ねている本店が大規模な火災に見

舞われ営業再開が困難なほど甚大な被害を受けた。その後、S 食品は半年以上に渡って休業していた。経営者一家に属する社員の 1 人である常務の話によると、一時は店をたたむことも視野に入れたが、漬物以外の流通が難しい仙台長なすを中心の商品として扱っている唯一の企業として、伝統野菜の 1 つである仙台長なすをなくしてはいけないという責任感から会社を存続することにしたようだ。その後、現在まで営業を続けている。

また、漬物の需要減少や贈答の習慣の減少により、他の漬物企業と同様に以前より事業が縮小している面もみられる。パートの話によると、以前はパートの数も現在より多かったことに加え、繁忙期になると集合住宅から一時的にパートを雇いマイクロバスで通ってもらうほど働いている人数も多かった。さらに、就業時間も長かったようであるが、現在は上述の通り社員 6 名、パート 2 名である。

現在は、本店の店舗の他に、仙台駅の地下にある土産物屋の S-PAL や、市内の百貨店内の食料品売り場、仙台空港などで販売している。その他に、地域のイベントで出店することもある。仙台市の土産物であり、伝統野菜を扱っているため、土産物を集めたイベントや地場産物関係のイベントへの参加が多い。また、ふるさと納税にも出品している。

これまでは固定の商品のみの販売が主であったが、最近はオリジナルパッケージの紙コップに長なす漬が入った新商品の販売や、漫画やアニメとのコラボレーションパッケージ商品の販売といった新たな試みもなされている。新商品は、若い世代をターゲットにしており、低塩で無添加であるほか、パステルカラーの明るいパッケージが特徴である。

仙台に昔から住む人にとって、本来の仙台長なす漬は浅漬であるが、S 食品は創業時から古漬けを中心に製造している。浅漬は保存期間が短いため、収穫時期の夏季限定で販売している。古漬けがメインである理由は 2 点ある。1 点目は本来、保存食として作られていた漬物の流れを汲んだ点である。2 点目は、贈答品としての流通経路がまだ整備されていなかった時代にも販売をしていたため、できるだけ長い期間保存がきくものを製造する必要があった点である。もとは浅漬として食べられることが主だった仙台長なすを、1 年中食べられる仙台土産にしたいと考え、商品開発を行ったという経緯がある(みうら 2016)。通年で販売しているのは古漬であるが、2008 年の当時社長は、旬の時期であれば浅漬がおすすめであると述べている

(篠 2008)。

また、伝統野菜である仙台長なすを使用していることにこだわっており、仙台長なすの中でも古くからある伝統種を使用している。在来種を守るため、一番いい長なすから種を取るなどの努力もしていた(篠 2008)。400 年以上前の原種の種を持っているのは S 食品のみではないかと考えられる(野原 2002)。長なすの生産量の減少が続いている状況に対応し、1970 年代から国内外で栽培実験を繰り返して見つけた仙台に緯度が近い中国北東部に種と設備を持ち込み、無農薬栽培を行っている(篠 2008)。1992 年の河北新報の取材に対し、経営一家の親戚である当時の専務は「あらゆる素材で在来品種が姿を消していく中、特産品として売り出すからには『本物』の良さを伝えたい」(河北新報 1992)と述べ、2006 年には、「在来種にこだわり伝統を守りたい」(阿部 2006)と述べている。また、「太陽の光をしっかりと浴びた長ナスでないと、おいしい漬物にはならない」(阿部 2006)と、原料を露地栽培に限るこだわりも示している。他の仙台長なす漬を販売する企業に比べ、選別に時間をかけていることもこだわりであり特徴である。特に土産物、贈答品としての需要が大きいため、商品の質を向上させるためであるという。日照で色づく鮮やかな仙台長なすの色を保つ努力もしている。

4. 課題に対する検討

(1) 課題 1 に対する検討

それではまず、業務内容と商品の製造工程に、伝統という要素はどのような影響を与えているのか考察する。

業務内容と製造工程

S 食品の業務は総務、配達、製品の販売準備の作業、工場の大きく 4 つに分かれている。

総務は S 食品の経営一家の長男である常務とその妻が担っている。工場での作業は、その次男である工場長と、パート B が担っている。社長の妻も繁忙期に工場の手伝いをしている。配達は、正社員では唯一経営一家の一員ではない社員 A が行っている。販売準備の作業は、パート A が行っている。

総務では労務管理、経理、電話やインターネットでの受注、取引先とのやり取り

や卸業務、オンラインストアの運営などを行っている。

配達する社員は毎日 9 時ごろから夕方ごろに、仙台市内外の各地デパートや土産物売り場、空港などに商品を配達している。土産物売り場では、一つのブースを使って販売している。その販売員は本社で雇っている。また、物産展などのイベントに出店し販売することもある。

製品の販売準備の作業では、出荷に向けたさまざまな作業が行われている。製品は工場から出されると販売準備を担当するパートによって管理される。たとえば、工場で製造された商品の形をきれいに整え出荷できる状態にする、包装用の箱を折る、注文分の商品を包装する、賞味期限のシールを商品に貼る、在庫の管理をするなどの作業が行われる。この作業は、30 年以上勤めているベテランのパートがほぼ 1 人で担っている。

工場ではあらかじめ決めた計画に沿って商品を製造している。

大まかな工程は、原材料の受入、塩蔵、下処理、漬け、選別、袋詰め、計量、調味液入れ、密封、殺菌である。

受入と塩蔵は 1 階の工場の下にあたる場所で行われる。受入と塩蔵以外は 2 階にある工場で行われる。簡単に各工程を説明する。

・受入、塩蔵

毎日 500kg ほど、塩漬けして保存された長なすが S 食品に届けられる。これらを塩蔵調味料と混ぜる。その後専用のタンクで最低 3 か月間～1 年ほど塩蔵する。このタンク 1 つで最大 3 トンの長なすが入る。この工程を終えた長なすは加工を行うために工場に運ばれる。

・下処理、漬け

工場に運んでから、穴明機という機械で長なすに穴をあけていく。これは後で漬ける調味液を染み込みやすくするためである。その後、脱塩機で水と長なすを 6 時間混ぜ、塩分を抜く。塩分が抜かれた長なすを、不純物を取り除くために機械にかけ洗浄する。脱塩機で水と混ぜられた際に長なすに含まれた水分を出すため、プレス機で圧搾・脱水をする。あらかじめ調合されていた調味液と長なすを攪拌機で混ぜ、脱水されている長なすを復元する。商品によって調味液の配合は異なる。

・選別

調味液に漬けた長なすの中から不良品をはじく作業である。選別基準は、破れや壊

れといった外傷がないかという点、他の部分に比べて堅くなっている部分や柔らかくなっている部分がないかという点、全体的に硬くて張っていたり逆に傷んだように柔らかくなったりしていないかという点、規定より長すぎないかという点、長なす特有の色がきれいにしているかという点などである。目で見た状態はもちろんのこと、手触りなども確認して手作業で選別する。

- ・袋詰め、計量

選別した長なすを、袋に詰め、定められた重さになるように調整する作業である。

- ・調味液入れ

計量済みの商品の袋に、機械で調味液を入れていく作業である。

- ・密封

調味液を入れた商品に封をする工程である。シール機という機械に商品を並べて置き、封をする部分をバーで調整する。その後台を上回転させ上から天板を置き熱で密封する。

- ・殺菌

製品を殺菌する工程である。密封した製品をコンベアに流し、機械で重さを確認した後、70度の熱湯を30分流す。ここで殺菌を行う。その後さらに30分冷水で冷やす。

以上の工程を経て、商品が製造される。3年前に工場が火災にあい、機械で行っていた工程を手作業で行っているものもある。

以上から、わかったことをまとめる。

S食品は長なすの品質にこだわっていると言っていた。品質を向上させるための選別工程は悪い部分を判別するために経験を要する。そのため初心者には悪いところの判断ができず難しい。この作業は、パートの熟練度が高く、素早く多くの不良品を選別していた。選別以降の工程をする際にも常に不良品が混ざっていないか確認する。ここから、品質への強いこだわりがあることがわかった。

手作業が多いこともわかった。筆者は伝統食品だからこだわりを持って手作業で行っていると思っていた。しかし、そうではなく、原因は火事で機械がなくなったからである。

仙台長なすといえば浅漬けだが、企業では主に古漬けを販売している。社員の話によると、漬物がもともと保存食として食べられていた伝統を汲んだことと、販売

を始めた当初は流通が整っていなかったため、長期間持つものにする必要があったことが理由である。パートによると、新商品以外の商品の味付けはほとんど変わっていない。

S 食品の経営者一家の一員であり、正社員である常務は、厳しい選別作業と古漬けをメインとして販売をしている点は伝統を守るためのものだと言っていた。この点において、業務と製造工程に伝統の影響がみられた。しかし、前述の Nさんは、古漬けは本物の長なす漬けとは思えないので買わないそうだ。商品の需要の多くが土産や贈答であるため、仙台に住む人以外が古漬を買っていると考えられる。

反対に、筆者が伝統を守るために行っていると思っていた手作業の多さは、伝統とは関係ないようだ。また、古漬の製造も伝統のみを理由にしているわけではなく、販売上の都合もあったようだ。

(2) 課題 2 に対する検討

次に、働いている人は伝統に対してどのような意識を持っているのかという第 2 の課題を検討する。

経営者一家の 1 人で、正社員である常務は、伝統を守るために経営を続けている面があると話していた。前述の通り、3 年ほど前の火災では、営業再開が危ぶまれるほどの状況になった。しかし半年後、経営を再開した。その理由の 1 つが、S 食品がなくなると仙台長なすの生産がほとんどなくなってしまい、仙台の伝統野菜の 1 つがなくなってしまうからだという。また、古くからある在来品種へのこだわりも、伝統を守るという意識に由来するものだと考えることができる。

しかし、パート A は続けたくて仕事を続けているわけではなく、辞められるタイミングがなかったと話す。代替わりや火事のタイミングで辞めていく従業員がこれまで多かったらしい。しかし自分は子供もいて、辞められる時期を逃し、今は定年が近いため仕事を続けているという。

以上から、正社員である常務は伝統を守ろうという意識のもと経営をしていることがわかった。しかし反対に、パートは伝統を守るという意識を持っているわけではなく、生活のために仕事を続けていることがわかった。また、日本における漬物の消費量の減少は、S 食品にも販売量減少という影響を与えているため、従業員が減少していると考えられる。

4. おわりに

第1の課題は、業務内容と商品の製造工程に、伝統という要素はどのような影響をおよぼしているのかを明らかにすることである。製造工程と社員の話から、「伝統」は長なすの選別作業と味付けに影響していることがわかった。特に選別は経験が必要な作業であり、初心者には難しい。S 食品を継いでいる社員が、彼らの考える伝統を作業工程に反映させているのである。

第2の課題は、働いている人は伝統に対してどのような意識を持っているのかを明らかにすることである。従業員の語りから、S 食品で働く人全てが必ずしも伝統を守る意識を持っているわけではないことがわかった。パートの職員にとって伝統は重要ではない。伝統を意識しているのは経営者一族だけなのである。

しかし、伝統意識を持たない人々も伝統の維持には必要である。例えば、伝統を守るための選別作業はパートの2人の方が社員より熟練度が高い。また、販売準備の作業をパートが1人で担っている。これらから、パートの存在がなければ経営に大きな支障をきたすことは明白である。消極的な伝統の担い手の存在が、伝統を支えているのだ。

伝統の「創られ方」については議論が行われてきたが、「創られた」伝統の「担い方」に関する人類学的研究はない。今回の研究から、伝統の担い手全員が積極的に伝統を意識して行動しなくても伝統が受け継がれるということがわかった。この点が本研究の貢献だと考えている。

引用文献

阿部信男

2006 「ぶらり食べ歩き—仙台長ナス漬け(宮城) 露地栽培にこだわり」『河北新報』2006年8月25日。

篠健一郎

- 2008 「東北を食べる—仙台・長なす漬 細—く長—く、伝統守る」『朝日新聞』（東北版）2008年5月27日。

河北新報

- 1992 「がんばれ伝統品種(2)—仙台長ナス(仙台) 400年の歴史 本物の良さ」『河北新報』1992年10月29日。

小泉武夫

- 2017 『漬け物大全—世界の発酵食品探訪記』東京：講談社。
2018 「漬物と日本人」『vesta』109: pp.8-11。

厚生労働省

- 2013 「漬物の衛生規範」＜
http://www.mhlw.go.jp/topics/bukyoku/iyaku/syoku-anzen/gyousei/dl/130201_9-1.pdf>より、2017年12月29日取得。

前田安彦

- 2014a 「はじめに」前田安彦・宮尾茂雄編『漬物の機能と科学』pp. i - ii、東京：朝倉書店。
2014b 「漬物概論」前田安彦・宮尾茂雄編『漬物の機能と科学』pp.1-20、東京：朝倉書店。
2014c 「漬物工業における新製品開発」前田安彦・宮尾茂雄編『漬物の機能と科学』pp.137-142、東京：朝倉書店。

前川啓治

- 2009 「伝統の創出」日本文化人類学会編『文化人類学事典』pp.560、東京：丸善株式会社。

みうらうみ

- 2016 「仙台いやすこ歩き(37)—仙台長ナス漬 ふっくら艶やか紫紺色」『河北新報』2016年6月20日。

野原大輔

- 2002 「みちのく名物紀行—仙台市・仙台長なす漬 歴史の重み、味に凝縮」『毎日新聞』（宮城県版）2002年9月14日。

小川敏男

- 2010 『漬けもの博物誌』東京：八坂書房。

岡田食品工業株式会社

- 2014 「仙台長なすのこと」＜<http://www.sendai-naganasu.com/hpgen/HPB/categories/9888.html>＞より、2017年11月28日取得。

食品需給研究センター

- 2017 「食品産業動態調査」
＜<http://www.fmric.or.jp/stat/nenpou/29doutaihonpenbunseki.zenbun.pdf>＞より、2019年1月4日取得。

食材王国みやぎ

- 2012 「食材王国みやぎ通信 2012年9月号」『食材王国みやぎ』
＜https://www.foodkingdom-miyagi.jp/mkproject/pdf/2012_09.pdf＞より、2018年12月16日取得。